



Distingue a empresas o grupo de empresas que vienen distinguiéndose por su capacidad de innovación, por disponer de investigación propia y aplicarla o por poner en marcha programas renovadores tanto en la producción como en la comercialización de sus productos.

Pionera en la producción ecológica de esturiones

NADIE puede dudar ya de la capacidad de innovación que trae consigo la firma Piscifactoría de Sierra Nevada, y más aún conociendo que la empresa nació en el año 1956. De origen navarro y eminentemente familiar, afirma conservar aún hoy su filosofía del buen hacer, pero parece haberla unido sabiamente con la necesidad de expansión que le llevó a buscar un entorno apropiado para piscicultura en el municipio granadino.

Y es que se trata de la primera piscifactoría comercial creada en España, y la única en el mundo en producción ecológica de esturiones —además de la única en España en producción ecológica—. Poseen la mayor población del mundo del esturión ‘*acipenser naccarii*’, o esturión del Guadalquivir, del que son los únicos criadores, con carácter comercial, en toda Europa.

Durante 2004 han sido capaces de producir en torno a 1400 kilos de caviar beluga, con un porcentaje de 65% ventas nacionales y resto de exportación. Desde la propia firma reconocen que este año la cifra ha sufrido un vuelco debido a la creciente demanda interior —el año pasado el porcentaje fue de 40-60—. Afirman que han podido atender la demanda nacional ya

que en muchos de los países receptores de su caviar, que comercializa con la marca Caviar de Riofrío, no se celebra la Navidad, y de este modo han pospuesto parcialmente su entrega al primer trimestre de este año.

Además, 2004 ha supuesto la consolidación para sus productos ahumados y marinados de esturión y trucha, además de para el sistema de reservas para clientes de caviar, que les ha permitido tener comprometidas ya el mes de septiembre todas las existencias y la producción prevista para el año pasado. Esta buena marcha de los productos se ha notado en la facturación de la empresa, que se incrementó en un 50%, aumentando el número de clientes nuevos en un 400%.

Este crecimiento no viene de la nada. La empresa sigue confiando en la investigación, e invierte un 35% de sus in-



gresos en el departamento de I+D, que tiene como objetivo conseguir la cría en un ambiente lo más semejante posible al que el animal posee en estado salvaje.

Caviar de Riofrío tiene como objetivo para 2005 aumentar su facturación en otro 50%, aunque afirman que la producción no puede en ningún caso diferir de la real, ya que e ningún caso alteran el ciclo natural de los animales, por lo que esperan conseguir 3.000 kilos de caviar este año. Y es que cada año se multiplica la producción, por lo que esperan alcanzar las 20 toneladas dentro de cinco años.

Además, en 2005 tienen

previsto ampliar su mercado: el ahumado frío y algunos platos precocinados —por lo que realizarán fuertes inversiones en infraestructuras y cocinas de cara al lanzamiento de estos nuevos productos—; además de mejorar la línea de patés y comercializar las cremas en gran formatos, para destinarlas a la venta en centros hospitalarios y geriátricos. La apuesta clara la realizan por el aspecto ecológico de sus productos, que en 2005, según afirman, pasearán por ferias nacionales e internacionales bajo el amparo de su consigna: el binomio calidad y salud a un precio razonable es el futuro. ■

